

お客さまの反対が出たら それで商談はおしまいか…？

「とおっしゃいますと？」
お客さまの「真意と実情」を引き出そう

「反対されたらおしまい」という
行動理論だから踏み込めない

二カ月前のことなのでお忘れの方も多いかもしれませんが、3月号の最後は「お客さまから反対が出たら、それで商談はおしまいのでしょうか？」との問題提起で終わりました。そこで今月は、反対する側の、お客さま心理からこの問題について考えてみましょう。要件に対し、口実としての反対を言ってくるお客さまに対しては、こちらが一步踏み込んで購入の意思確認をしない限り、商談は上滑りして、無用な先延ばし、あるいは失敗商

談に至ってしまいます。

ここまでは、前回3月号で確認しましたが、ところがそういうことを頭で理解していても、この「一步踏み込む」ことのできないセールスが多いのです。なぜならそこには「反対が出たら(因)、それで商談はおしまい(果)」という行動理論が強く働くからです。

では本当に、反対が出ると商談は終わってしまうものなのでしょうか？

例えば商談にはこんなパターンがあります。
①「いかがでしょうか」↓「反対」「この程度の機能だったら、当社には必要ないな」↓「そうですか。でも他と比べましてもこれが最も

進んでいる機種なのですが」↓「でもねえ…」
↓「疑問でしたら他社の最近の製品をお調べただいて結構です」↓「そういうことじゃないんだよね」

②「いかがでしょうか」↓「値段は？」↓「申し訳ないんですが〇〇万円もしゃうんです」↓「反対」それは高いなあ」↓「そうですね、高いですよ。しばらくしましたらまた値段も下がると思うんですが、今はまだちょっと…」↓「じゃあ安くなったらまた来てください」

③「いかがでしょうか」↓「反対」悪いけど、今はまだそういう時期じゃないんだよね」↓「そうですね…今は無理ですか」↓「うん。すまないな」↓「いえ、とんでもありません。でも、どうしてもダメですかねえ」↓「ああ」↓「そこを何とか」↓「しつこいな」

どうでしょう、①②③の例で思い当たる節はありますか？

どのケースも「いかがでしょうか」という要件切り出しに対し、お客さまから反対を受け、商談の不成功を予期させる方向をたどり始めてしまっていますよね。これらを見る限り、なるほど反対が出たら商談は終わってしまうんだなど、改めて実感できます。

どうですか？ お客さまからの同じ反対に対し、今度は商談がなくなり、成功期待感のある方向へ進み始めましたよね。違いは何か？

お気づきの方も多いと思いますが、失敗商談パターンは「でも」で切り返し、お客さまの心中の疑問に何の関心も示さず、自分の勧める商品が得たということの正当性の固持に終始していることです。

一方成功商談パターンは「とおっしゃいますと？」で受け止め、お客さまの反対する真意に関心を持って、ひたすら反対の理由と、その奥にある実情を把握しようと努めています。一言で言うと、商談はいつたい誰のためにやっているのか、ということ。自分のためか、それともお客さまのためか、この違いにあるではないでしょうか。

この点を確認したうえで、最初の疑問「反対が出たらそれで商談はおしまい」は本当かどうかを考えれば、おしまいにしようと思えばおしまいになるし、続けようと思えば続けられるのだといえるでしょう。いずれにせよ営業マンの胆(はぢ)ひとつということ。その胆とは？ それはやはり、自分のための自己都合商談なのか、本当にお客さまのお役に立つための商談なのか、最後はここに行き着くのではないのでしょうか。

なぜお客さまは反対したのか？
疑問に答えながら商談を進めよう

ところが角度を変えて、この「反対」をお客さまの側からとらえて考えてみるとどうなるでしょうか？

①のお客さまは、「この程度の機能だったら…」とおっしゃっていますが、この程度とはどの程度でしょうか。また、どんな機能であつたら必要性を感じるのでしょうか？

②のお客さまは、「高いなあ」とおっしゃいましたが、なぜそう感じられたのでしょうか。予算に合わないのでしょうか。それとも他社の同等レベルの商品に比べて高いと感じたのでしょうか。商品の価値に見合わないと思ったのでしょうか。そもそもなぜ値段を聞いてきたのでしょうか？

③のお客さまは「今は時期じゃない」とおっしゃっていますが、いつならいいのでしょうか。また、どんな「事情で今は無理なのでしょうか」？

ここで確認したいのが、こういったお客さまの心の中の疑問にお答えしたうえで、商談を進めているかどうかということです。

実際にそういう商談を展開していくことになるか、①を例に考えてみます。

「いかがでしょうか」

結局、誰のためにやっている
商談なのかが問題